

# **ANALISIS BIAYA PEMASARAN MENURUT DAERAH PEMASARAN TERHADAP KEMAMPUAN MENGHASILKAN LABA PADA PERUSAHAAN KECAP “MLIWIS” KEBUMEN**

***Dwi Suprajitno***  
**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan : untuk mengetahui informasi biaya pemasaran terhadap kemampuan menghasilkan laba pada perusahaan kecap “Mliwis” Kebumen dan untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran menurut daerah pemasaran terhadap kemampuan menghasilkan laba pada perusahaan kecap “Mliwis” Kebumen.

Metodologi penelitian untuk memperoleh data menggunakan antara lain menggunakan observasi, dokumentasi, interview, dan studi kepustakaan.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini : dari hasil analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran pada bulan Januari, Februari, Maret tahun 2009, dapat diketahui bahwa kemampuan tiap-tiap daerah pemasaran dalam menghasilkan laba berbeda-beda. Pada bulan Januari daerah pemasaran Kutoarjo mendapatkan laba **Rp 2.926.371,-** daerah pemasaran Purworejo mendapatkan laba **Rp 6.878.125,-**. Pada bulan Februari daerah pemasaran Kutoarjo mendapatkan laba **Rp 6.963.505,-**, daerah pemasaran Purworejo mendapatkan laba **Rp 10.644.461,-**. Pada bulan Maret daerah pemasaran Kutoarjo mendapatkan laba **Rp 9.859.655,-**, daerah pemasaran Purworejo mendapatkan laba **Rp 17.092.765,-** dan berdasarkan hasil analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran semestinya dapat dijadikan sebagai salah satu faktor untuk menentukan daerah pemasaran karena setiap akhir periode akan terlihat kontribusi laba yang bisa dihasilkan oleh masing-masing daerah pemasaran.

Kata kunci : *analisa biaya pemasaran*

## **PENDAHULUAN**

Dalam perusahaan manufaktur manajemen mempunyai peranan penting dalam pengambilan keputusan pemasaran produknya. Perusahaan akan memiliki kemampuan untuk berkembang dan tetap mampu mempertahankan para pelanggannya jika manajemen menjalankan peranan pentingnya dengan baik. Manajemen harus memahami bagaimana cara mengambil keputusan yang baik Menurut Heizer ( 2005 : 320) “sebuah keputusan yang baik adalah yang menggunakan pengambilan keputusan secara analitis yang berdasarkan pada logika dan mempertimbangkan semua data dan alternative yang tersedia”.

Manajemen harus mempertimbangkan secara matang keputusan apa yang nantinya dipilih dalam memasarkan produknya, karena

akan mempunyai akibat langsung terhadap aliran kas, dan juga mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Dengan semakin banyaknya pesaing , manajemen harus lebih memfokuskan ke pemasaran, karena kegiatan produksi saja tidak akan menjamin dalam menghasilkan laba, jika pemasaran produknya tidak mampu bersaing di pasaran.

Pemasaran lebih dari hanya sekedar menjual. Pemasaran adalah proses yang di mulai dari menemukan kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi dan berlanjut dengan meneliti pasar yang potensial, memproduksi barang atau jasa tersebut. Melalui keseluruhan proses pemasaran, perusahaan yang sukses memusatkan perhatian pada pembentukan hubungan dengan pelanggan.

Dalam arti luas “pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut di ubah kembali dalam bentuk tunai”.(Mulyadi, 2005 : 488)

Analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran ini, hanya dapat diterapkan dalam perusahaan yang mempunyai daerah pemasaran yang luas yang dibagi menjadi daerah-daerah pemasaran dimana tiap-tiap daerah tersebut dipimpin oleh seorang manajer. Analisis biaya pemasaran bertujuan untuk penentuan harga jual produk, pengendalian biaya, perencanaan dan pengarahan kegiatan pemasaran.

Biaya pemasaran sulit diterapkan karena ukuran prestasi kegiatan pemasaran terletak pada kenaikan volume penjualan. Adanya strategi promosi yang efektif bisa memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan tersebut. Kegiatan edvertensi biasanya mengawali kegiatan pemasaran produk. Pada saat produk selesai diproses, distribusi merupakan masalah lain yang akan dihadapi perusahaan. Masalah ini menyangkut cara penyampaian produk ke tangan konsumen.

Pemilihan secara tepat daerah pemasaran yang berpotensi menghasilkan laba maksimal bagi perusahaan dengan memperhitungkan biaya pemasaran seharusnya menjadi fokus utama bagi manajemen pemasaran.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Pengertian Pemasaran dan Biaya Pemasaran**

Pemasaran (*marketing*) adalah proses menemukan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan kemudian menyediakan barang dan jasa yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan tersebut.

Konsep pemasaran menyiratkan bahwa sukses di pasar di mulai dari pelanggan. Suatu perusahaan seharusnya menganalisis kebutuhan pelanggannya kemudian menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan mereka. Pemasaran merupakan cara untuk menemukan kebutuhan pembeli dan perangkat yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Pemasaran menurut Boone ( 2006 : 7 ) adalah “proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penentuan harga, promosi dan pendistribusian gagasan barang dan jasa, organisasi dan peristiwa untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang memuaskan tujuan perorangan dan organisasi”.

Menurut Milton ,F usry (2002 : 201 ), dalam setiap pemasaran perusahaan tidak terlepas dari biaya komersial. Biaya komersial dibagi kedalam dua kelompok yaitu :

1. Biaya pemasaran (distribusi, dan penjualan)
2. Biaya administrasi (umum dan administrasi)

### **B. Fungsi-fungsi pemasaran**

*Marketing function* adalah “kegiatan dalam bidang perakitan, pengepakan, penetapan kualitas, penyimpanan, pengangkutan dan pembelanjaan, distribusi barang maupun pengambilan resiko dan penjualan komoditi (barang dagangan)”.(Ardiyos, 2006 : 584)

Menurut Boone (2002 : 9) Suatu pemasaran dalam menciptakan utilitas memainkan delapan fungsi dasar seperti ditunjukkan dalam gambar 1.2 ; membeli, menjual, mengangkut, menyimpan, membuat standar, dan memberi peringkat , mendanai, mengambil resiko, serta menjamin informasi pasar.

## Gambar 2 Fungsi dasar pemasaran

Dalam fungsi pemasaran terakhir, perusahaan mengumpulkan dan menganalisis informasi pasar untuk menentukan apa yang akan di jual dan siapa yang akan membeli. Fungsi pengambilan resiko ini berasal dari ketidakpastian tentang bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap produk yang dirancang untuk penjualan di masa depan. Pemasar harus bertindak sebagai pengambil resiko dalam banyak hal.

### C. Riset Pemasaran

Riset pemasaran tidak hanya sekedar mengumpulkan informasi. Para peneliti harus memutuskan bagaimana caranya untuk mengumpulkan informasi, menafsirkan hasilnya, dan membicarakan hasil itu dengan para manajer sedemikian rupa sehingga dapat membantu membuat keputusan yang tepat. Riset pemasaran (*marketing research*) adalah proses mengumpulkan dan mengevaluasi informasi untuk membantu pemasar dalam membuat keputusan yang efektif (Boone, 2006 : 25).

Riset pemasaran menghubungkan pemasar dengan lokasi pasar (*market place*) dengan menyediakan data tentang pasar sasaran yang potensial sehingga dapat membantu dalam merancang marketing mix yang efektif. Menurut Boone (2006 : 19) “bauran pemasaran (*Marketing mix*) adalah suatu perusahaan

yang mencampur ke empat strategi untuk menyesuaikan kebutuhan dan pilihan dari pasar sasaran tertentu”.

### D. Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi (2005 : 488) secara garis besar pemasaran dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu :

1. Biaya untuk mendapatkan pesanan (*order getting costs*), yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan.
2. Biaya untuk memenuhi pesanan (*order filling costs*), yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan supaya produk sampai ke tangan pembeli dan biaya-biaya untuk mengumpulkan uang dari pembeli

Biaya pemasaran dapat juga di golongkan menurut fungsi atau kegiatan pemasaran.. Menurut fungsi pemasaran, biaya pemasaran digolongkan sebagai berikut :

1. Fungsi penjualan.
2. Biaya advertensi.
3. Biaya pergudangan.
4. Fungsi pembungkusan dan pengiriman.
5. Fungsi kredit dan penagihan.
6. Fungsi akuntansi pemasaran.

### E. Karakteristik Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2005 :489) biaya pemasaran memiliki karakteristik yang berbeda dengan biaya produksi. Karakteristik biaya pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Berbagai cara kegiatan pemasaran ditempuh oleh perusahaan dalam memasarkan produknya, sehingga perusahaan yang sejenis produknya, belum tentu menempuh cara pemasaran yang sama.
2. Kegiatan pemasaran sering kali mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan perubahan kondisi pasar. Di samping terdapat berbagai macam metode pemasaran, sering kali terjadi perubahan metode pemasaran untuk menyesuaikan perubahan kondisi pasar.
3. Kegiatan pemasaran berhadapan dengan konsumen yang merupakan variable yang tidak dapat di kendalikan oleh perusahaan. Manajemen dapat mengendalikan biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, jam kerja dan jumlah mesin yang digunakan, tetapi tidak seorangpun dapat mengatakan apa yang akan dilakukan oleh konsumen.
4. Dalam biaya pemasaran terdapat biaya tidak langsung dan biaya bersama (*joint cost*) yang lebih sulit pemecahannya dibandingkan dengan yang terdapat dalam biaya produksi.

#### F. Manfaat Analisis Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2005 : 496) analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran bermanfaat untuk :

1. Pengendalian biaya pemasaran yang terjadi dalam setiap daerah pemasaran.
2. Mengarahkan pemasaran produk pada daerah-daerah pemasaran yang memberikan laba yang tertinggi.

#### G. Cara Analisis Biaya pemasaran

Menurut Mulyadi (2005 : 490) cara analisis biaya pemasaran dapat digolongkan menjadi tiga yaitu :

1. Menurut Jenis Biaya Atau Obyek Pengeluaran  
Biaya pemasaran dipecah sesuai dengan jenis biaya pemasaran seperti; gaji, operasi biaya iklan, biaya perjalanan, biaya depresiasi peralatan kantor, biaya pemeliharaan truk dan sebagainya.. manajemen dapat mengetahui rincian jenis biaya pemasaran namun tidak dapat memperoleh informasi mengenai biaya yang telah dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan pemasaran tertentu.
2. Menurut Fungsi Pemasaran  
Bertujuan untuk pengendalian biaya untuk analisis biaya pemasaran menurut usaha pemasaran.
3. Menurut Usaha Pemasaran  
Analisis biaya pemasaran menurut usaha pemasaran dapat dibagi menjadi :
  - 3.a. Menurut jenis produk
  - 3.b. Menurut daerah pemasaran
  - 3.c. Menurut dasar pesanan
  - 3.d. Menurut saluran distribusi

### METODOLOGI PENELITIAN

#### a.A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih objek sebagai tempat penelitian mengenai analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran pada perusahaan kecap Mliwis kebumen yang beralamat di Jalan kolonel sugiono No. 11 Kebumen.

#### a.B. Sumber Data

##### 1. Data primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan

kecap mliwis kebumen yang berhubungan dengan masalah pokok bahasan yang akan diteliti serta data atau informasi tentang gambaran secara umum tentang perusahaan kecap mliwis kebumen.

## 2. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari berbagai buku atau literatur-literatur yang dapat mendukung serta dapat melengkapi dari masalah pokok bahasan yang diteliti.

### a.C. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan selama penelitian, penulis melakukan berbagai cara agar data atau informasi dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya antara lain :

#### 1. Metode Observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh dengan mengamati langsung di perusahaan kecap mliwis kebumen.

#### 1. Menyiapkan Data dasar alokasi

**Tabel 1. Data dasar alokasi**

	<u>Daerah A</u>	<u>Daerah B</u>
Harga jual per unit	Rp xxx	Rp xxx
Harga pokok produksi per unit	Rp xxx	Rp xxx
Berat produk per unit	Rp xxx	Rp xxx
Frekuensi produk tercantum dalam faktur penjualan	Rp xxx	Rp xxx
Frekuensi pesanan dari pelanggan	Rp xxx	Rp xxx
Jumlah produk yang terjual	Rp xxx	Rp xxx

#### 2. Biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran dan dasar alokasi

**Tabel 2. Biaya pemasaran**

Fungsi pemasaran	Jumlah	Dasar alokasi biaya
Penjualan	Rp xxx	Hasil penjualan
Pergudangan	Rp xxx	Berat produk yang terjual
Pembungkusan dan pengiriman	Rp xxx	Unit produk yang terjual
Advertensi	Rp xxx	Unit produk yang terjual
Kredit dan penagihan	Rp xxx	Frekuensi pesanan dari pelanggan
Akuntansi pemasaran	Rp xxx	Frekuensi produk tercantum

## 2. Metode Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan Tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dan yang dapat mendukung keakuratan data-data.

## 3. Metode Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan cara mengadakan pencatatan data atau bahkan yang diperoleh dari catatan atau dokumen untuk menganalisis masalah dalam penelitian.

## 4. Studi Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data yang di dapat dari buku-buku bacaan serta literature-literatur yang ada hubungannya dengan masalah-masalah pada penelitian.

### a.D. Analisis Data

Analisis data yang diperlukan untuk menghitung biaya pemasaran menurut daerah pemasaran adalah sebagai berikut :

		dalam faktur penjualan
<b>Jumlah</b>	<b>Rp xxx</b>	

### 3 . Menghitung tarif Alokasi Biaya pemasaran

**Tabel 3.Tarif alokasi biaya pemasaran**

Fungsi pemasaran	Jumlah biaya (1)	Jumlah dasar alokasi (2)	Tarif alokasi by. Pemasaran (1): (2)
Penjualan	Rp xxx	Rp xxx	%
Pergudangan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Pembungkusan dan pengiriman	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Advertensi	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Kredit dan penagihan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Akuntansi	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx

### 4. Menghitung Laporan Laba Rugi Menurut Daerah Pemasaran

**Tabel 4. Laporan Laba Rugi**

Keterangan	Daerah pemasaran		
	Jumlah	Daerah A	Daerah B
Hasil penjualan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Harga pokok penjualan	<u>Rp xxx</u>	<u>Rp xxx</u>	<u>Rp xxx</u>
Laba kotor	<b>Rp xxx</b>	<b>Rp xxx</b>	<b>Rp xxx</b>
Biaya distribusi :			
• Penjualan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
• Pergudangan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
• Pembungkusan dan pengiriman	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
• Advertensi	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
• Kredit dan penagihan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
• Akuntansi	<u>Rp xxx</u>	<u>Rp xxx</u>	<u>Rp xxx</u>
Jumlah	<b>Rp xxx</b>	<b>Rp xxx</b>	<b>Rp xxx</b>
laba bersih	<u><b>Rp xxx</b></u>	<u><b>Rp xxx</b></u>	<u><b>Rp xxx</b></u>

## HASIL LAPORAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Laporan

#### a. Hasil Produksi

**Tabel 5. spesifikasi kecap**

	JENIS KECAP	BERAT (ml)
A	Kecap botol kaca	620
B	Kecap botol plastik tanggung	220
C	Kecap botol plastik kecil	60

**Sumber : Perusahaan kecap Mliwis Kebumen**

### B. Pembahasan

C. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan langsung terhadap perusahaan Kecap Mliwis Kebumen dapat diketahui bahwa perusahaan menggolongkan biaya pemasaran secara keseluruhan untuk semua daerah pemasaran dan tidak mengelompokkan biaya

pemasaran menurut daerah pemasaran. Dari data yang penyusun peroleh, maka penyusun akan menerapkan data tersebut ke dalam rumus analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran dengan tujuan untuk mengetahui daerah pemasaran yang berpotensi menghasilkan laba maksimal.

#### D. Tabel 6.Data Biaya Menurut Fungsi Pemasaran

#### E. Perusahaan Kecap Mliwis Kebumen

#### F.

G. Fungsi Pemasaran	H. Januari	I. Februari	J. Maret
K. Penjualan	L. 2.500.000	M. 2.400.000	N. 2.250.000
O. Pergudangan	P. 1.250.200	Q. 1.354.900	R. 1.136.000
S. Pembungkus & Pengiriman	T. 850.000	U. 720.000	V. 600.000
W. Advertensi/Iklan	X. 250.000	Y. 250.000	Z. 250.000
AA. Kredit & Penagihan	AB. 900.000	AC. 998.750	AD. 902.000
AE. Akuntansi Pemasaran	AF.280.000	AG. 403.000	AH. 337.500
AI. Jumlah	AJ.6.030.000	AK. 6.126.650	AL. 5.475.500

**AM. Sumber: Perusahaan Kecap Mliwis Kebumen**

**AN.**

**AO.**

AP.

AQ. Data mengenai harga jual, harga pokok, jumlah, berat dan transaksi tiap-tiap jenis produk

AR. Tabel 7.Data Dasar Alokasi Bulan Januari 2009

AS.	AT.Kutoarjo			AU. Purworejo		
	A W. A	A X. B	AY . C	A Z. A	B A. B	BB . C
BC. Harga jual pokok	B D. 7.8	BE . 3.5	BF . 1.0	B G. 8.0	B H. 3.7	BI. 1.2
BJ.Harga pokok produksi/ unit	B K. 5.2	BL . 2.3	B M. 61	B N. 5.2	B O. 2.3	BP . 61
BQ. Berat produk/unit	B R. 0,6	BS . 0,2	BT . 0,0	B U. 0,6	BV . 0,2	B W. 0,0
BX. Frek. Produk tercantum dalam faktur penjualan	BY . 50	BZ . 50	C A. 10	C B. 50	C C. 50	C D. 10
CE. Frek. Pesanan dari pelanggan	CF . 25	C G. 30	C H. 60	CI . 35	CJ . 20	C K. 55
CL. Jumlah produk yang terjual (unit)	C M. 13	C N. 90	C O. 2.5	CP . 30	C Q. 15	C R. 80

CS. Sumber : Perusahaan Kecap Mliwis Kebumen

CT. Tabel 8.Tarif Alokasi Biaya Pemasaran

CU. Bulan Januari 2009

CV. Fungsi Pemasaran	CW. Jumlah Biaya CX. (1)	CY. Jumlah Dasar Alokasi CZ. (2)	DA. Tarif Alokasi Biaya Pemasaran (1) : (2)
DB. Penjualan	DC. Rp2.500.000	DD. Rp 46.000.000 <sup>1)</sup>	DE. 5.43%*



<b>DF.</b> Pergudangan	<b>DG.</b> Rp1.250.200	<b>DH.</b> 3.488L <sup>2)</sup>	<b>DI.</b> Rp 358,43
<b>DJ.</b> Pembungkus dan pengiriman	<b>DK.</b> Rp 850.000	<b>DL.</b> 10.000 Unit <sup>3)</sup>	<b>DM.</b> Rp 85
<b>DN.</b> Advertensi	<b>DO.</b> Rp 250.000	<b>DP.</b> 10.000 Unit	<b>DQ.</b> Rp 25
<b>DR.</b> Kredit dan penagihan	<b>DS.</b> Rp 900.000	<b>DT.</b> 225 <sup>4)</sup>	<b>DU.</b> Rp 4.000
<b>DV.</b> Akuntansi pemasaran	<b>DW.</b> Rp 280.000	<b>DX.</b> 400 <sup>5)</sup>	<b>DY.</b> Rp 700

**DZ.**

**EA.**

**EB.**

**EC.**

**ED.**

**EE.**

**EF.**

**EG.**

**EH.**

**EI.**

**EJ.** \*Pembulatan dari 5,434.... Menjadi 5,43 %

**EK.** Keterangan

1. Kutoarjo A = 1.300 x Rp 7.800 =Rp 10.140.000

**EL.** B = 900 x Rp 3.500 = Rp 3.150.000

**EM.** C = 2.500 x Rp 1.000 = Rp 2.500.000 +

**EN.** Rp15.790.000

**EO.** Purworejo A = 3.000 x Rp 8.000 = Rp 24.000.000

**EP.** B = 1.500 x Rp 3.500 = Rp 5.250.000

**EQ.** C = 800 x Rp 1.200 = Rp 960.000 +

**ER.** Rp30.210.000 +

**ES.** **Rp46.000.000**

2. Kutoarjo A = 1.300 x 0,62 = 806

**ET.** B = 900 x 0,26 L = 234

**EU.** C = 2.500 x 0,06 L = 150 +

**EV.** 1.190 L

**EW.** Purworejo A = 3.000 x 0,62 L = 1.860

**EX.** B = 1.500 x 0,26 L = 390

**EY.** C = 800 x 0,06 L = 48 +

**EZ.** 2.298 L +

**FA.** **3.488L**

3. Kutoarjo A = 1.300 unit

**FB.** B = 900 unit

**FC.** C = 2.500 unit +

**FD.** **4.700unit**

**FE.** Purworejo A = 3.000 unit

**FF.** B = 1.500 unit

**FG.** C = 800 unit +

**FH.** **5.300unit** **10.000unit**

4. Kutoarjo A = 25 kali

**FI.** B = 30 kali

**FJ.** C = 60 kali +

**FK.** **115 kali**

**FL.**

**FM.** Purworejo A = 350 kali

**FN.** B = 20 kali

**FO.** C = 55 kali +

**FP.** 110 kali +

**FQ.** 225 kali

**FR.**

5. Kutoarjo A = 50 kali

**FS.** B = 50 kali

**FT.** C = 100 kali +

**FU.** 200 kali

**FV.** Purworejo A = 50 kali

**FW.** B = 50 kali

**FX.** C = 100 kali +

**FY.** 200 + \_\_\_\_\_

**FZ.** 400 kali

**GA.** **Tabel 9. PERUSAHAAN KECAP MLIWIS KEBUMEN**  
**GB.** **Laporan Rugi - Laba menurut Daerah Pemasaran**  
**GC.** **Bulan Januari 2009**

**GD.** (Rp )

<b>GE.</b>	<b>GF.</b>	<b>GG.</b> Daerah Pemasaran	
	<b>GI.</b> Jumlah	<b>GJ.</b> K utoarjo	<b>GK.</b> P urworej o
<b>GL.</b> Hasil penjualan	<b>GM.</b> 4 6.000.00 0 <sup>1)</sup>	<b>GN.</b> 1 5.790.00 0	<b>GO.</b> 3 0.210.00 0
<b>GP.</b> Harga pokok penjualan	<b>GQ.</b> 3 0.167.50 0 <sup>2)</sup>	<b>GR.</b> 1 0.462.70 0	<b>GS.</b> 1 9.704.80 0
<b>GT.</b>	<b>GU.</b> 1 5.832.50 0	<b>GV.</b> 5 .327.300	<b>GW.</b> 1 0.505.20 0
<b>GX.</b> Biaya Distribusi	<b>GY.</b>	<b>GZ.</b>	<b>HA.</b>

<b>HB.</b> Penjuala n	<b>HC.</b> 2. 497.800 <sup>3)</sup>	<b>HD.</b> 8 57.397	<b>HE.</b> 1 .640.403
<b>HF.</b> Perguda ngan	<b>HG.</b> 1. 250.204 <sup>4)</sup>	<b>HH.</b> 4 26.532	<b>HI.</b> 823.672
<b>HJ.</b> Pembun gkus & pengiriman	<b>HK.</b> 8 50.000 <sup>5)</sup>	<b>HL.</b> 3 99.500	<b>HM.</b> 4 50.500
<b>HN.</b> Adverte nsi	<b>HO.</b> 2 50.000 <sup>6)</sup>	<b>HP.</b> 1 17.500	<b>HQ.</b> 1 32.500
<b>HR.</b> Kredit & Penagihan	<b>HS.</b> 9 00.000 <sup>7)</sup>	<b>HT.</b> 4 60.000	<b>HU.</b> 4 40.000
<b>HV.</b> Akuntan si	<b>HW.</b> 2 80.000 <sup>8)</sup>	<b>HX.</b> 1 40.000	<b>HY.</b> 1 40.000
<b>HZ.</b> Jumlah	<b>IA. 6.028.00</b> 4	<b>IB. 2.400.92</b> 9	<b>IC. 3.627.07</b> 5
<b>ID.</b> Laba kotor	<b>IE. 9.804.49</b> 6	<b>IF. 2.926.37</b> 1	<b>IG. 6.878.12</b> 5

**IH.**

## **II. Keterangan**

1. Lihat Keterangan perhitungan pada Halaman 35 no 1

2. Kutoarjo A = 1.300 x Rp 5.209 = Rp 6.771.700

**IJ.** B = 900 x Rp 2.390 = Rp 2.151.000

**IK.** C = 2.500 x Rp 616 = Rp 1.540.000 +

**IL.** Rp 10.462.700

**IM.** Purworejo A = 3.000 x Rp 5.209 = Rp 15.627.000

**IN.** B = 1.500 x Rp 2.390 = Rp 3.585.000

**IO.** C = 800 x Rp 616 = Rp 492.800 +

**IP.** Rp 19.704.800 +

**IQ.** **Rp 30.167.500**

3. Kutoarjo = 5.43% x Rp 15.790.000 = Rp 857.397

**IR.** Purworejo = 5,43% x Rp 30.210.000 = Rp 1.640.403 +

**IS.** **Rp 2.497.800**

4. Kutoarjo = Rp 358,43 x 1.190L = Rp 426.532

**IT.** Purworejo = Rp 358,43 x 2.298L = Rp 823.672 +

**IU.** **Rp 1.250.204**

5. Kutoarjo  $A = 130 \times 85 = \text{Rp } 110.500$

**IV.**  $B = 900 \times 85 = \text{Rp } 76.500$

**IW.**  $C = 2.500 \times 85 = \underline{\text{Rp } 212.500} +$

**IX.** **Rp 399.500**

**IY.** Purworejo  $A = 3.000 \times 85 = \text{Rp } 255.000$

**IZ.**  $B = 1.500 \times 85 = \text{Rp } 127.500$

**JA.**  $C = 800 \times 85 = \underline{\text{Rp } 68.000} +$

**JB.** **Rp 450.500 +**

**JC.** **Rp 850.000**

6. Kutoarjo  $= \text{Rp } 25 \times 4.700 \text{ unit} = \text{Rp } 117.500$

**JD.** Purworejo  $= \text{Rp } 25 \times 5.300 \text{ unit} = \underline{\text{Rp } 132.500} +$

**JE.** **Rp 250.000**

7. Kutoarjo  $= \text{Rp } 4.000 \times 115 \text{ kali} = \text{Rp } 460.000$

**JF.** Purworejo  $= \text{Rp } 4.000 \times 110 \text{ kali} = \underline{\text{Rp } 440.000} +$

**JG.** **Rp 900.000**

8. Kutoarjo  $= \text{Rp } 700 \times 200 \text{ kali} = \text{Rp } 140.000$

**JH.** Purworejo  $= \text{Rp } 700 \times 200 \text{ kali} = \underline{\text{Rp } 140.000} +$

**JI.** **Rp 280.000**

**JJ.** Data mengenai harga jual, harga pokok, jumlah, berat, dan transaksi tiap-tiap jenis produk

**JK.** **Tabel 10. Data Dasar Alokasi Bulan Februari 2009**

<b>JL.</b>	<b>JM. Kutoarjo</b>			<b>JN. Purworejo</b>		
	<b>JP. A</b>	<b>JQ. B</b>	<b>JR. C</b>	<b>JS. A</b>	<b>JT. B</b>	<b>JU. C</b>
<b>JV.</b> Harga jual	<b>J</b>	<b>JX</b>	<b>JY</b>	<b>JZ</b>	<b>K</b>	<b>K</b>

pokok	7.8	3.5	1.0	8.0	3.7	1.2
<b>KC.</b> Harga pokok produksi/unit	<b>K</b> <b>D.</b> 5.2	<b>K</b> <b>E.</b> 2.3	<b>KF</b> <b>.</b> 61	<b>K</b> <b>G.</b> 5.2	<b>K</b> <b>H.</b> 2.3	<b>KI</b> <b>.</b> 61
<b>KJ.</b> Berat produk/unit	<b>K</b> <b>K.</b> 0,6	<b>K</b> <b>L.</b> 0,2	<b>K</b> <b>M.</b> 0,0	<b>K</b> <b>N.</b> 0,6	<b>K</b> <b>O.</b> 0,2	<b>KP</b> <b>.</b> 0,0
<b>KQ.</b> Frek. Produk tercantum dalam faktur penjualan	<b>K</b> <b>R.</b> 60	<b>KS</b> <b>.</b> 80	<b>K</b> <b>T.</b> 12	<b>K</b> <b>U.</b> 60	<b>K</b> <b>V.</b> 80	<b>K</b> <b>W.</b> 12
<b>KX.</b> Frek. Pesanan dari pelanggan	<b>K</b> <b>Y.</b> 35	<b>K</b> <b>Z.</b> 20	<b>L</b> <b>A.</b> 60	<b>LB</b> <b>.</b> 40	<b>L</b> <b>C.</b> 15	<b>L</b> <b>D.</b> 65
<b>LE.</b> Jumlah produk yang terjual (unit)	<b>LF</b> <b>.</b> 25	<b>L</b> <b>G.</b> 17	<b>L</b> <b>H.</b> 35	<b>LI.</b> <b>.</b> 40	<b>LJ</b> <b>.</b> 12	<b>L</b> <b>K.</b> 2.0

**LL. Sumber : Perusahaan Kecap Mliwis Kebumen**

**LM. Tabel 11. Tarif Alokasi Biaya Pemasaran**  
**LN. Bulan Februari 2009**

<b>LO. Fu</b> <b>ngsi</b> <b>Pemasara</b> <b>n</b>	<b>LP. Jumlah</b> <b>Biaya</b> <b>LQ. (1)</b>	<b>LR. Ju</b> <b>mlah</b> <b>Dasar</b> <b>Alokasi</b> <b>LS.(2)</b>	<b>LT. Tarif</b> <b>Alokasi</b> <b>Biaya</b> <b>Pemasa</b> <b>ran (1) :</b> <b>(2)</b>
<b>LU. Pen</b> <b>jualan</b>	<b>LV. Rp</b> 2.400.000	<b>LW. Rp</b> 68.150.000 <sup>1)</sup>	<b>LX. 3.52%*</b>
<b>LY. Pergudang</b> <b>an</b>	<b>LZ. Rp</b> 1.354.900	<b>MA. 5.140 L<sup>2)</sup></b>	<b>MB. Rp</b> 263,59
<b>MC. Pe</b> <b>mbungkus</b> <b>dan</b> <b>pengiriman</b>	<b>MD. Rp</b> 720.000	<b>ME. 15.000</b> <b>Unit<sup>3)</sup></b>	<b>MF. Rp</b> 48
<b>MG. Ad</b> <b>vertensi</b>	<b>MH. Rp</b> 250.000	<b>MI. 15.000</b> <b>Unit</b>	<b>MJ. Rp</b> 16.67
<b>MK. Kre</b> <b>dit dan</b> <b>penagihan</b>	<b>ML. Rp</b> 998.750	<b>MM. 235<sup>4)</sup></b>	<b>MN. Rp</b> 4.250
<b>MO. Ak</b> <b>untansi</b>	<b>MP. Rp</b> 403.000	<b>MQ. 520<sup>5)</sup></b>	<b>MR. Rp</b> 775

pemasaran			
-----------	--	--	--

**MS.** \*Pembulatan dari 3,521...Menjadi 3,52%

**MT. Keterangan**

1. Kutoarjo A = 2.500 x Rp 7.800 = Rp 19.500.000

**MU.** B= 1.750 x Rp 3.500 = Rp 6.125.000

**MV.** C = 3.500 x Rp 1.000 = Rp 3.500.000 +

**MW.** Rp 29.125.000

**MX.**

**MY.**

**MZ.** Purworejo A = 4.000 x Rp 8.000 = Rp 32.000.000

**NA.** B = 1.250 x Rp 3.700 = Rp 4.625.000

**NB.** C = 2.000 x Rp 1.200 = Rp 2.400.000 +

**NC.** Rp 39.025.000 +

**ND.** **Rp 68.150..000**

2. Kutoarjo A = 2.500 x 0,62 L = 1.550

**NE.** B = 1.750 x 0,26 L = 455

**NF.** C = 3.500 x 0,06 L = 210 +

**NG.** 2.215L

**NH.** Purworejo A = 4.000 x 0,62 L = 2.480

**NI.** B = 1.250 x 0,26 L = 325

**NJ.** C = 2.000 x 0,06 L = 120 +

**NK.** 2.925+

**NL.** **5.140L**

3. Kutoarjo A = 2.500 unit

**NM.** B = 1.750unit

**NN.** C = 3.500unit +

**NO.** **7.750unit**

**NP.**Purworejo A = 4.000unit

NQ. B = 1.250unit

NR. C = 2.000 unit +

NS. **7.250unit**

NT.

4. Kutoarjo A = 35 kali

NU. B = 20 kali

NV. C = 60 kali +

NW. **115 kali**

NX. Purworejo A = 40 kali

NY. B = 15 kali

NZ. C = 65 kali +

OA. **120 kali+**

OB. **235 kali**

5. Kutoarjo A = 60 kali

OC. B = 80 kali

OD. C = 120 kali +

OE. **260 kali**

OF. Purworejo A = 60 kali

OG. B = 80 kali

OH. C = 120 kali +

OI. **260 kali +**

OJ. **520 kali**

OK.

OL. **Tabel 12.PERUSAHAAN KECAP MLIWIS KEBUMEN**  
OM. **Laporan Rugi - Laba menurut Daerah Pemasaran**  
ON. **Bulan Februari 2009**



OO. (Rp)

OP.	OQ.	OR. Daerah Pemasaran	
	OT. Jumlah	OU. Kutoarjo	OV. Purworejo
OW. Hasil penjualan	OX. 6 8.150.00 0 <sup>1)</sup>	OY. 2 9.125.00 0	OZ. 3 9.025.00 0
PA. Harga pokok penjualan	PB. 4 4.416.50 0 <sup>2)</sup>	PC. 1 9.361.00 0	PD. 2 5.055.50 0
PE.	PF. 23.733.500	PG. 9 .764.000	PH. 1 3.969.500
PI. Biaya Distribusi	PJ.	PK.	PL.
PM. Penjualan	PN. 2. 398.880 <sup>3)</sup>	PO. 1 .025.200	PP. 1.373.680
PQ. Pergudangan	PR. 1. 354.853 <sup>4)</sup>	PS. 583.852	PT. 771.001
PU. Pembungkus & pengiriman	PV. 720.000 <sup>5)</sup>	PW. 3 72.000	PX. 3 48.000
PY. Advertensi	PZ. 2 50.051 <sup>6)</sup>	QA. 1 29.193	QB. 1 20.858
QC. Kredit & Penagihan	QD. 9 98.750 <sup>7)</sup>	QE. 4 88.750	QF. 5 10.000
QG. Akuntansi	QH. 4 03.000 <sup>8)</sup>	QI. 201.500	QJ. 2 01.500
QK. Jumlah	QL. 6. 125.534	QM. 2 .800.495	QN. 3 .325.039
QO. Laba kotor	QP. 1 7.607.966	QQ. 6 .963.505	QR. 1 0.644.461

QS.

QT. Keterangan

1. Lihat Keterangan Perhitungan Pada Halaman 40 no 1

2. Kutoarjo A = 2.500 x Rp 5.209 = Rp 13.022.500

QU. B = 1.750 x Rp 2.390 = Rp 4.182.500

QV. C = 3.500 x Rp 616 = Rp 2.156.000 +

QW. Rp 19.361.000

QX. Purworejo A = 4.000 x Rp 5.209 = Rp 20.836.000

QY. B = 1.250 x Rp 2.390 = Rp 2.987.500

QZ. C = 2.000 x Rp 616 = Rp 1.232.000 +

**RA.** Rp 25.055.500+

**RB.** **Rp 44.416.500**

3. Kutoarjo =  $3.52\% \times \text{Rp } 29.125.000 = \text{Rp } 1.025.200$

**RC.** Purworejo =  $3.52\% \times \text{Rp } 39.025.000 = \underline{\text{Rp } 1.373.680+}$

**RD.** **Rp 2.398.880**

4. Kutoarjo =  $\text{Rp } 263,59 \times 2.215 \text{ L} = \text{Rp } 583.852$

**RE.**

**RF.** Purworejo =  $\text{Rp } 263,59 \times 2.925 \text{ L} = \underline{\text{Rp } 771.001}$

**RG.** **Rp1.354.853**

5. Kutoarjo  $A = 2.500 \times 48 = 120.000$

**RH.**  $B = 1.750 \times 48 = 84.000$

**RI.**  $C = 3.500 \times 48 = \underline{168.000} +$

**RJ.** **Rp 372.000**

**RK.** Purworejo  $A = 4.000 \times 48 = 192.000$

**RL.**  $B = 1.250 \times 48 = 60.000$

**RM.**  $C = 2.000 \times 48 = \underline{96.000} +$

**RN.** 348.000+

**RO.** **Rp 720.000**

6. Kutoarjo =  $\text{Rp } 16,67 \times 7.750 \text{ unit} = \text{Rp } 129.193$

**RP.** Purworejo =  $\text{Rp } 16,67 \times 7.250 \text{ unit} = \underline{\text{Rp } 120.858} +$

**RQ.** **Rp250.051**

7. Kutoarjo =  $\text{Rp } 4.250 \times 115 \text{ kali} = \text{Rp } 488.750$

**RR.** Purworejo =  $\text{Rp } 4.250 \times 120 \text{ kali} = \underline{\text{Rp } 510.000} +$

**RS.** **Rp998.750**

8. Kutoarjo =  $\text{Rp } 775 \times 260 \text{ kali} = \text{Rp } 201.500$

**RT.** Purworejo =  $\text{Rp } 775 \times 260 \text{ kali} = \underline{\text{Rp } 201.500} +$

**RU.** **Rp 403.000**

**RV.** **Data mengenai harga jual, harga pokok, jumlah, berat dan transaksi tiap-tiap jenis produk**

**RW.** **Tabel 13.Data Dasar Alokasi Bulan Maret 2009**

<b>RX.</b>	<b>RY. Kutoarjo</b>			<b>RZ. Purworejo</b>		
	<b>SB</b>	<b>SC</b>	<b>SD</b>	<b>SE</b>	<b>SF.</b>	<b>SG</b>

		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>SH.</b> Harga jual pokok		<b>SI.</b> 7.8	<b>SJ.</b> 3.5	<b>SK</b> . 1.0	<b>SL</b> . 8.0	<b>S</b> <b>M.</b> 3.7	<b>SN</b> . 1.2
<b>SO.</b> Harga pokok produksi/ unit		<b>SP.</b> 5.2	<b>SQ</b> . 2.3	<b>SR</b> . 61	<b>SS</b> . 5.2	<b>ST</b> . 2.3	<b>SU</b> . 61
<b>SV.</b> Berat produk/unit		<b>S</b> <b>W.</b> 0,6	<b>SX</b> . 0,2	<b>SY</b> . 0,0	<b>SZ</b> . 0,6	<b>TA</b> . 0,2	<b>TB</b> . 0,0
<b>TC.</b> Frek. Produk tercantum dalam faktur penjualan		<b>T</b> <b>D.</b> 50	<b>TE</b> . 75	<b>TF</b> . 10	<b>T</b> <b>G.</b> 50	<b>T</b> <b>H.</b> 75	<b>TI.</b> 10
<b>TJ.</b> Frek. Pesanan dari pelanggan		<b>T</b> <b>K.</b> 30	<b>TL</b> . 15	<b>T</b> <b>M.</b> 75	<b>T</b> <b>N.</b> 35	<b>T</b> <b>O.</b> 20	<b>TP</b> . 45
<b>TQ.</b> Juml a h p r o d u k y a n g te rj u al ( u ni t)	<b>TR.</b> 3000	<b>TS.</b> 2 5 0 0	<b>TT.</b> 4500	<b>TU.</b> 5500	<b>TV.</b> 3000	<b>TW.</b> 1500	

**TX.** Sumber : Perusahaan Kecap Mliwis Kebumen

**TY.**

**TZ.**

UA.

UB. **Tabel 14. Tarif Alokasi Biaya Pemasaran**  
UC. **Bulan Maret 2009**

UD. Fungsi Pemasaran	UE. Jumlah Biaya UF.(1)	UG. Jumlah Dasar Alokasi UH. (2)	UI. Tarif Alokasi Biaya Pemasaran (1) : (2)
UJ. Penjualan	UK. Rp 2.250.000	UL. Rp 93.550.000 <sup>1)</sup>	UM. 2,41%*
UN. Per gudangan	UO. Rp 1.136.000	UP. 7.060L <sup>2)</sup>	UQ. Rp 160,91
UR. Pembungkusan dan pengiriman	US. Rp 600.000	UT. 20.000 Unit <sup>3)</sup>	UU. Rp 30
UV. Advertensi	UW. Rp 250.000	UX. 20.000 Unit	UY. Rp 12,5
UZ. Kredit dan penagihan	VA. Rp 902.000	VB. 220 <sup>4)</sup>	VC. Rp 4.100
VD. Akuntansi pemasaran	VE. Rp 337.500	VF. 450 <sup>5)</sup>	VG. Rp 750

VH. \*Pembulatan dari 2,405...Menjadi 2,41%

VI. Keterangan

1. Kutoarjo A = 3000x Rp 7.800 = Rp 23.400.000

VJ. B = 2.500 x Rp 3.500 = Rp 8.750.000

VK. C = 4.500 x Rp 1.000 = Rp 4.500.000 +

VL. Rp 36.650.000

VM. Purworejo A = 5.500x Rp 8.000 = Rp 44.000.000

VN. B = 3.000x Rp 3.700 = Rp 11.100.000

VO. C = 1.500 x Rp 1.200 = Rp 1.800.000 +

VP. Rp 56.900.000 +

VQ. **Rp 93.550.000**

2. Kutoarjo A =  $3.000 \times 0,62 \text{ L}$  = 1.860

**VR.** B =  $2.500 \times 0,26 \text{ L}$  = 650

**VS.** C =  $4.500 \times 0,06 \text{ L}$  = 270 +

**VT.** 2.780L

**VU.** Purworejo A =  $5.500 \times 0,62 \text{ L}$  = 3.410

**VV.** B =  $3.000 \times 0,26 \text{ L}$  = 780

**VW.** C =  $1.500 \times 0,06 \text{ L}$  = 90 +

**VX.** 4.280L +

**VY.** **7.060L**

3. Kutoarjo A = 3.000 unit

**VZ.** B = 2.500 unit

**WA.** C = 4.500 unit +

**WB.** **10.000**unit

**WC.** Purworejo A = 5.500 unit

**WD.** B = 3.000 unit

**WE.** C = 1.500 unit +

**WF.** **10.000** unit

4. Kutoarjo A = 30 kali

**WG.** B = 15 kali

**WH.** C = 75 kali +

**WI.** 120 kali

**WJ.** Purworejo A = 35 kali

**WK.** B = 20 kali

**WL.** C = 45 kali +

**WM.** 100 kali

5. Kutoarjo A = 50 kali

WN. B = 75 kali

WO. C = 100 kali +

WP. 225 kali

WQ. Purworejo A = 50 kali

WR. B = 75 kali

WS. C = 100 kali +

WT. 225 kali +

WU. 450 kali

WV. **Tabel 15. PERUSAHAAN KECAP MLIWIS KEBUMEN**

WW. **Laporan Rugi - Laba menurut Daerah Pemasaran**

WX. **Bulan Maret 2009**

WY. **( Rp )**

WZ.	XA.	XB. Daerah Pemasaran	
	XD. Jumlah	XE. Kutoarjo	XF. Purworejo
XG. Hasil penjualan	XH. 9 3.550.00 0 <sup>1)</sup>	XI. 36.650.00	XJ. 56.900.00
XK. Harga pokok penjualan	XL. 6 1.117.50 0 <sup>2)</sup>	XM. 2 4.374.00 0	XN. 3 6.743.50 0
XO.	XP. 32.432 .500	XQ. 1 2.276.00 0	XR. 2 0.156.50 0
XS. Biaya Distribusi	XT.	XU.	XV.
XW. Penjualan	XX. 2. 254.555 <sup>3)</sup>	XY. 8 83.265	XZ. 1 .371.290
YA. Pergudangan	YB. 1. 136.025 <sup>4)</sup>	YC. 4 47.330	YD. 6 88.695
YE. Pembungkusan & pengiriman	YF. 600.000 <sup>5)</sup>	YG. 3 00.000	YH. 3 00.000
YI. Advertensi	YJ. 250.000 <sup>6)</sup>	YK. 1 25.000	YL. 1 25.000
YM. Kredit & Penagihan	YN. 9 02.000 <sup>7)</sup>	YO. 4 92.000	YP. 410.000
YQ. Akuntansi	YR. 3 37.500 <sup>8)</sup>	YS. 1 68.750	YT. 1 68.750
YU. Jumlah	YV.	YW. 2	YX. 3

YY. Laba Kotor	5.480.080	.416.345	.063.735
	YZ. 2 6.952.420	ZA. 9 .859.655	ZB. 1 7.092.765

ZC.

ZD. Keterangan

1. Lihat keterangan perhitungan pada hal 45 no 1

2. Kutoarjo A = 3.000 x Rp 5.209 = Rp 15.627.000

ZE. B = 2.500 x Rp 2.390 = Rp 5.975.000

ZF. C = 4.500 x Rp 616 = Rp 2.772.000 +

ZG. Rp 24.374.000

ZH. Purworejo A = 5.500 x Rp 5.209 = Rp 28.649.500

ZI. B = 3.000 x Rp 2.390 = Rp 7.170.000

ZJ. C = 1.500 x Rp 616 = Rp 924.000 +

ZK. Rp 36.743.500 +

ZL. **Rp 61.117.500**

3. Kutoarjo = 2,41% x Rp36.650.000 = Rp 883.265

ZM. Purworejo = 2,41% x Rp56.900.000 = Rp 1.371.290 +

ZN. **Rp 2.254.555**

4. Kutoarjo = Rp 160,91 x 2780 L = Rp 447.330

ZO.

ZP. Purworejo = Rp 160,91 x 4280 L = Rp 688.695

ZQ. **Rp1.136.025**

5. Kutoarjo A = 3.000 x 30 = 90.000

ZR. B = 2.500 x 30 = 75.000

ZS. C = 4.500 x 30 = 135.000 +

ZT. Rp 300.000

ZU. Purworejo A = 5.500 x 30 = 165.000

ZV. B = 3.000 x 30 = 90.000

ZW. C = 1.500 x 30 = 45.000 +

ZX. Rp 300.000 +

ZY. **Rp 600.000**

6. Kutoarjo = Rp 12,5 x 10.000 unit = Rp 125.000

ZZ. Purworejo = Rp 12,5 x 10.000 unit = Rp 125.000 +

<b>AAA.</b>		<b>Rp 250.000</b>
7. Kutoarjo	= Rp 4.100 x 120 kali	= Rp 492.000
<b>AAB.</b>	Purworejo = Rp 4.100 x 100 kali	= <u>Rp 410.000</u> +
<b>AAC.</b>		<b>Rp 902.000</b>
8. Kutoarjo	= Rp 750 x 225 kali	= Rp 168.750
<b>AAD.</b>	Purworejo = Rp 750 x 225 kali	= <u>Rp 168.750</u> +
<b>AAE.</b>		<b>Rp 337.500</b>
<b>AAF.</b>		

#### **AAG. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **A. Kesimpulan**

1. Dari hasil analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran pada bulan Januari, Februari, Maret tahun 2009, dapat diketahui bahwa kemampuan tiap-tiap daerah pemasaran dalam menghasilkan laba berbeda-beda. Pada bulan Januari daerah pemasaran Kutoarjo mendapatkan laba **Rp 2.926.371,-** daerah pemasaran Purworejo mendapatkan laba **Rp 6.878.125,-**. Pada bulan Februari daerah pemasaran Kutoarjo mendapatkan laba **Rp 6.963.505,-**, daerah pemasaran Purworejo mendapatkan laba **Rp 10.644.461,-**. Pada bulan Maret daerah pemasaran Kutoarjo mendapatkan laba **Rp 9.859.655,-**, daerah pemasaran Purworejo mendapatkan laba **Rp 17.092.765,-**. Dari analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran dapat diketahui bahwa daerah pemasaran Purworejo memberikan jumlah laba paling besar dibandingkan daerah pemasaran yang lain yaitu daerah pemasaran Kutoarjo. Daerah pemasaran Kutoarjo paling kecil dalam menghasilkan laba tetapi masih memberikan kontribusi yang positif,

oleh karena itu daerah pemasaran Kutoarjo tetap dipertahankan.

2. Berdasarkan hasil analisis biaya pemasaran menurut daerah pemasaran semestinya dapat dijadikan sebagai salah satu faktor untuk menentukan daerah pemasaran karena setiap akhir periode akan terlihat kontribusi laba yang bisa dihasilkan oleh masing-masing daerah pemasaran. Akan tetapi karena pada Perusahaan Kecap Mliwis Kebumen belum memisahkan biaya pemasaran menurut daerah pemasaran sehingga tidak dapat diketahui seberapa jauh tiap daerah pemasaran bisa menghasilkan laba.

##### **B. Saran**

1. Sebaiknya Perusahaan Kecap Mliwis Kebumen melakukan pemisahan terhadap biaya-biaya yang terjadi pada setiap daerah pemasaran yang ada khususnya untuk biaya pemasaran agar dapat diketahui kemampuan masing-masing daerah pemasaran dalam menghasilkan laba.

**AAH.** 2. Pihak Perusahaan perlu membangun Gudang penyimpanan produk kecap di Daerah Pemasaran Purworejo, dimaksudkan agar perusahaan dapat meminimalisasi biaya Transport dan memudahkan Distribusi di berbagai wilayah di purworejo.



**AAI.**

**AAJ.      DAFTAR PUSTAKA**

**AAK.**

**AAI.**      Ardiyos,SE.*Kamus Besar Akuntansi VIII*.Jakarta:Citra Harta Prima.

**AAM.**      Boone,dan Kurtz.2006.*Pengantar Bisnis*.Edisi ke dua.Jakarta:Erlangga.

**AAN.**      Heizer,Jay dan Barry Render.2005.*Manajemen Operasi*.Edisi ke tujuh.Yogyakarta:Salemba Empat.

**AAO.**      Mulyadi,2005.*Akuntansi Biaya*.Edisi ke lima.Yogyakarta:Salemba Empat.

**AAP.** Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa.2008.*Buku Pedoman Penyusunan Laporan Tugas akhir*.

**AAQ.**      Sumarni,Murti                      dan                      John                      Soeprihanto.2005.*Pengantar Bisnis*.Yogyakarta:Liberty

**AAR.** Usry, Milton dan Lawrence H. Hammer.2002.*Perencanaan dan Pengendalian Akuntansi Biaya*.Edisi ke sepuluh.Jakarta:Erlangga

**AAS.**

**AAT.**

**AAU.**

**AAV.**

**AAW.**

**AAX.**

**AAY.**

**AAZ.**

**ABA.**

**ABB.**

**ABC.**

**ABD.**